



Analisis Teori Konflik Lewis A. Coser dalam Fenomena Fanwar Fandom K-Pop (Studi Kasus Fandom CARAT)

Nur Jinan Adzina, Elly Malihah, Rika Sartika

Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia

Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

ABSTRACT

Fans often associate with other fans to exchange opinions and share common interests through social media. The term "fandom" refers to fans who come together to form a community and create a distinct subculture. In K-Pop culture, each idol group has its own fandom, leading to various social dynamics, including fanwars. This study aims to: (1) identify the background and causes of fanwars experienced by the CARAT fandom; (2) analyze fanwars using Lewis A. Coser's conflict theory; and (3) identify the conflict resolution strategies employed by the CARAT fandom to avoid and resolve fanwars occurring on Instagram. This research utilizes a qualitative approach with a case study methodology. Data collection was conducted through non-participant observation, in-depth interviews, and documentation analysis. The findings reveal that: (1) several factors contribute to the occurrence of fanwars, including: a) the spread of rumors or scandals involving a member of an idol group; b) competition between idols and their fandoms with other fandoms; and c) fanwars as a form of defense by fans for their idols; (2) analysis of fanwars according to Coser's conflict theory distinguishes between realistic and non-realistic conflicts; (3) fanwars occur both within the CARAT fandom and between CARAT and other fandoms; (4) the resolution or conflict management strategies employed by the CARAT fandom to address fanwars.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 06 June 2024

First Revised 25 June 2024

Accepted 19 July 2024

First Available online 1 December 2024

Publication Date 31 November 2024

Keywords:

fanwar, K-Pop, sociology, Conflict theory

PENDAHULUAN

K-Pop telah menjadi salah satu hiburan yang paling digemari di Indonesia. Pada tahun 2020 dilakukan survei dalam platform twitter oleh Kim Yeon Jeong selaku Global Head of K-Pop Partnerships Twitter. Hasil survei tersebut menunjukkan Indonesia berada di posisi ke 1 negara yang aktif men-tweet hal yang berkaitan dengan K-Pop. Lalu survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi.id mencatat beberapa media sosial yang sering digunakan oleh penggemar K-Pop dalam berinteraksi dengan penggemar lainnya. Survei dilakukan pada 1.609 penggemar K-Pop dalam kurun waktu 20 - 29 Juni 2022 dari data tersebut Instagram digunakan oleh 88% penggemar, Twitter atau X digunakan oleh 62%% penggemar, WhatsApp digunakan oleh 50% penggemar, Youtube digunakan oleh 49% penggemar, dan lain – lain sebagai media sosial yang sering digunakan oleh penggemar K-Pop. Dari data tersebut menunjukkan besarnya antusias fans K-Pop Indonesia dalam bermedia sosial.

Seseorang yang mengidentifikasi diri sebagai penggemar setia banyak mengomunikasikan kegemarannya pada orang lain. Identitas penggemar semakin terlihat jelas ketika mereka bertemu dengan penggemar lainnya terlebih pada orang – orang dengan memiliki kegemaran yang sama. Media sosial berperan penting bagi penggemar dalam memperluas jaringan pertemanan. Segala informasi mengenai idola, kegiatan mereka dan interaksi antar penggemar dengan mudah dapat dilakukan melalui media sosial (Nuranisa, 2015, hlm. 190 – 191). Tingginya tingkat aksesibilitas dan interaktivitas penggemar di media sosial menghadirkan ‘cyber fandom’ sebagai identitas komunitas penggemar di media sosial, sehingga terbentuk perkumpulan penggemar dan fandom di berbagai media sosial (Gooch, 2008, hlm. 20).

Penggemar K-Pop merasa mereka memiliki kesetiakawanan dan kekeluargaan yang kuat, lalu muncullah sebuah fandom sebagai wadah mengekspresikan kesamaan yang mereka miliki, walaupun setiap penggemar memiliki perbedaan latar belakang kehidupan namun mereka dipersatukan oleh kesamaan mimpi dan kegemaran, mereka berharap dari adanya sebuah fandom dapat menguatkan rasa solidaritas yang mereka miliki (Purba & Solekhah, 2019, hlm. 192). Dinamika aktivitas penggemar ini menjadi semakin luas, terlebih fans merasa dituntut untuk berkontribusi dalam kesuksesan idolanya, dalam jumlah penjualan album, peringkat dalam chart music, proyek penggemar (baik online maupun offline) dan masih banyak lagi. Apabila idolanya berprestasi mereka menganggap itu yang terbaik dan penggemar pun merasa bahwa mereka adalah fans yang terbaik pula. Dari hal tersebutlah memunculkan kompetisi antar fandom K-Pop. Ada tiga kemungkinan bentuk ekspresi kompetisi yang muncul 1) ekspresi permusuhan langsung terhadap orang atau kelompok yang menjadi sumber frustrasi, 2) pengalihan perilaku permusuhan atau kebencian terhadap objek pengganti, dan 3) melakukan aktivitas pelepasan ketegangan yang dapat memberikan kepuasan tersendiri tanpa membutuhkan objek (Coser, 1965, hlm. 41). Tindakan kompetisi tersebut dapat juga disebut sebagai ‘toxic competitive performativity’, di mana penggemar tidak lagi hanya mendukung idolanya, melainkan mereka ikut serta dalam merendahkan dan menyerang idola atau fandom lain (Tinaliga, 2018, hlm. 4), ditambah bahwa penggemar di media sosial hanya

mengandalkan komunikasi yang beragam baik verbal maupun nonverbal seperti pesan teks yang disematkan dalam gambar, emoticon, konten yang berasal dari bahasa asing serta konten bentuk audio visual harus diterjemahkan secara cermat (Aisyah, dkk, 2019, hlm. 34), agar tidak menimbulkan kesalahpahaman sehingga menimbulkan konflik (Krauss, 2006, hlm. 229) di antara penggemar K-Pop bukan hanya konflik perorangan melainkan konflik antarkelompok penggemar atau antar fandom.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraini pada tahun 2016 (hlm. 132) menunjukkan adanya perilaku agresif dalam aktivitas fandom, yang kerap disebut oleh penggemar K-Pop sebagai fanwar. Fanwar berasal dari dua kata, yakni fans (penggemar) dan war (perang), maka dapat ditarik kesimpulan fanwar sebagai perang antar penggemar yang di sini dilakukan oleh penggemar K-Pop (Lastriani, 2018, hlm. 91). Bentuk fanwar yang paling populer adalah dengan memberikan komentar negatif atau sarkas kepada fandom lain, merendahkan fandom atau idola lain, membandingkan idolanya dengan idola lain, dan berbagai aksi lainnya. Penggemar K-Pop memiliki kecenderungan menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial untuk menggali informasi mengenai idolanya dan kebiasaan yang mengkhawatirkan adalah mudah terbawa emosi sehingga memunculkan fanwar (Nugraini, 2016, hlm.133) Salah satu fanwar yang terjadi di Instagram terjadi pada tahun 2019 antara penggemar EXO (EXO-L) dan penggemar BTS (Army), salah satu penggemar EXO menuduh Army melakukan tindak curang dalam proses voting Billboard Music Award (BBMAs) untuk kategori Top Social Artist yang dimenangkan oleh BTS, dan muncul tagar #BBMAsDisqualityBTS. Dari postingan tersebut juga memicu timbulnya komentar sarkastik, perdebatan berkepanjangan dan menyebarnya berita bohong atau hoax (Agnensia, 2019, hlm. 52).

Terlihat dari penyebab terjadinya fanwar didasari oleh keadaan psikologis atau situasi emosi pelaku yang tidak stabil. Jeong Howon (2000, hlm. 58) mengungkapkan bahwa manusia sebagai organisme yang berorientasi pada tujuan, secara alamiah akan merasa lebih buruk atau kesal apabila keinginannya tidak tercapai. Tindakan agresif cenderung dijadikan pelampiasan terhadap sumber frustrasi yang dirasakan. Apabila tindakan agresif tersebut tidak dapat diekspresikan terhadap sumber frustrasi yang sebenarnya, maka akan ada objek pengganti yang dijadikan sasaran amarah pelepas frustrasi. Di sini dapat dilihat bahwa fandom yang berkonflik terkadang mengekspresikan rasa marah atau frustrasinya pada 'lawan' yang telah mengambil ketercapaian yang seharusnya dimiliki idolanya.

Penelitian Lastriani (2018) menjadi pelopor penelitian mengenai fanwar, dalam penelitian ditemukan bahwa fanwar dilakukan penggemar untuk membela atau mengejek seorang idola atau grup idola K-Pop. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa fanwar dapat berdampak positif dan negatif bagi penggemar, penggemar merasa fanwar sebagai penghilang stres, dapat menambah pertemanan dan memberikan rasa kepuasan, sementara dampak negatif yang diberikan bahwa fanwar dapat mengganggu waktu sekolah, membuang – buang waktu dan dari fanwar tersebut dapat memperlihatkan sisi lemah sebuah fandom. Dalam penelitian Witri Yulianti (2021) ada beberapa fanwar yang berawal dari adanya anti fans yang menyamar menggunakan akun palsu. Selain itu penelitian yang dilakukan Kusnul Fitria (2022) mengidentifikasi adanya sikap agresif penggemar terhadap haters dalam fanwar,

bentuk sikap agresif berupa melontarkan kata – kata kasar dan mencela. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Brittany Tinaliga (2018) menunjukkan bahwa fanwar sebagai bentuk performativasi kompetitif, dalam hal ini terjadi kompetisi antar fandom dengan menunjukkan loyalitas penggemar dengan memberikan kontribusi dalam menambah jumlah voting penghargaan, penonton Youtube, dan chart musik. Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ciri khas dari identitas penggemar K-Pop dapat mengakar pada kepribadian seseorang. Dapat dilihat bahwa fanwar disebabkan oleh berbagai hal serta memberikan dampak dalam kehidupan seorang penggemar. Sementara itu dalam penelitian ini berfokus pada analisis fanwar terhadap teori konflik dan apakah fanwar dapat terjadi antara sesama anggota fandom, serta bagaimana cara penyelesaian fanwar baik yang dilakukan oleh fans perorangan maupun sebuah fandom.

Fanwar hampir selalu terjadi media sosial populer seperti Twitter dan Instagram terlebih banyak fans atau fandom yang membuat komunitasnya sendiri dalam bentuk fanbase, sehingga memudahkan mereka dalam membuat pertemanan dengan fans lainnya, dan jika terjadi fanwar memungkinkan lingkup terjadinya fanwar meluas dan membahas berbagai permasalahan. Dari berbagai hasil penelitian di atas peneliti tertarik untuk menelaah hal lain dalam fanwar, berupa dampak yang diberikan fanwar dalam pertemanan dan kehidupan bersosialisasi seorang penggemar, serta mencari tahu bagaimana cara fanpage atau fanbase serta fans dalam meminimalisir dan menghindari fanwar. Fandom idola K-Pop yang diteliti adalah fandom 'CARAT' yang merupakan penggemar dari grup SEVENTEEN, yang merupakan grup asuhan 'Pledis Entertainment' yang debut pada tahun 2015. Terdapat diskusi antar fans di website idquora dengan judul "Apakah fandom Seventeen Carat benar-benar terbaik dan paling damai? Bagaimana mereka bisa sedamai itu?". Atas dasar hal tersebut peneliti tertarik untuk menelusuri lebih jauh keterlibatan fans dan fandom dalam mengurangi suatu konflik dan dinamika fanwar dalam komunitas K-Pop.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian berupa studi kasus. Pemilihan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus ini agar hasil penelitian memperoleh informasi yang mendalam serta mampu mendeskripsikan faktor penyebab *fanwar*, pencegahan dan penanggulangan yang digunakan *fandom CARAT* dalam menghadapi *fanwar*, yang akhirnya dapat membuat gambaran adanya resolusi konflik yang digunakan oleh suatu *fandom* dalam menghadapi konflik atau dalam kasus ini adalah *fanwar*, serta mampu menganalisis temuan penelitian mengenai *fanwar* terhadap teori konflik yang dikemukakan oleh Lewis A. Coser.

Terdapat 4 informan kunci dalam penelitian ini, di mana informan – informan kunci tersebut merupakan admin *fanbase CARAT* yang ada di Instagram. Secara rinci, informan kunci dalam penelitian dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Informan Kunci

No	Nama	Tahun berdiri	Jumlah Followers
1	<i>Fanbase wonwoounion</i>	2016	37.000
2	<i>Fanbase Caratdeul Bandung</i>	2022	1.502
3	<i>Fanbase Carat Surabaya</i>	2016	42.000
4	<i>Fanbase Carat Gallery/Ssvt17_forlife</i>	2019	2.500

Sumber: Diolah oleh peneliti

Selain informan kunci, terdapat juga informan pendukung yang diperlukan untuk memperkaya temuan dari penelitian yang dilakukan. Informan pendukung terdiri dari 13 orang CARAT yang menggunakan media sosial Instagram, dan terdapat beberapa CARAT yang terlibat dalam fanwar atau hanya sekadar melihat fanwar yang terjadi di Instagram. Secara rinci, informan pendukung dalam penelitian dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Informan Pendukung

No	Nama (nama samaran)	Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Pekerjaan
1	Mi	22	P	Pontianak	Mahasiswa
2	Fi	13	P	Batam	Siswa

No	Nama (nama samaran)	Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Pekerjaan
3	Gabi	23	P	Jakarta	Mahasiswa
4	Nam	23	P	Sidoarjo	Mahasiswa
5	Han	23	P	Bandung	Mahasiswa
6	Jefi	23	P	Bandung	Mahasiswa
7	Ika	24	P	Yogyakarta	Mahasiswa
8	Hid	23	P	Bandung	Mahasiswa
9	Via	22	P	Bandung	Karyawati
10	Dhe	23	P	Bandung	Freelancer
11	Sera	24	P	Bandung	Mahasiswa
12	Ris	21	P	Bandung	Mahasiswa
13	Dam	26	L	Bandung	Karyawan

Sumber: Diolah oleh peneliti

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini obeservasi non-partisipasi, wawancara mendalam serta studi dokumentasi. Untuk mendapatkan data primer, dilakukan proses wawancara mendalam terhadap informan yang telah ditentukan. Sementara itu data sekunder didapat melalui proses observasi non-partisipasi dan studi dokumentasi. Observasi non-partisipasi merupakan kegiatan pengumpulan data dimana peneliti hanya mengamati aktivitas dari partisipan tanpa terlibat langsung (Sugiyono, 2013, hlm. 145). Peneliti melakukan observasi di dunia maya melalui *platform* media sosial *Instagram*. Hal ini didasari pada temuan peneliti di mana maraknya pemberitaan negatif atau rumor terhadap personil idola maupun grup idola *SEVENTEEN*. Penggemar melakukan argumentasi di kolom komentar portal berita serta aktivitas *fanpage* yang mengatasnamakan *fandom* selama terjadinya ketegangan tersebut. Kolom komentar dan aktivitas *fanpage* di *Instagram* yang terbuka dan mudah diakses, memungkinkan peneliti untuk mengobservasi dan melihat langsung kebiasaan serta perilaku penggemar. Sementara itu, studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui peninggalan arsip – arsip maupun dokumentasi berupa visual lainnya yang diperoleh selama penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi sebagai bahan pendukung untuk melengkapi data – data yang sudah diperoleh. Jenis dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) hasil wawancara dengan informan, interaksi penggemar saat sedang *fanwar* dan aktivitas *fanpage* dan penggemar di *Instagram*. Hasil dokumentasi menggambarkan bagaimana *fanwar* yang terjadi di *Instagram* dan bagaimana cara - cara penggemar menyelesaikan *fanwar*.

Selanjutnya, proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap, yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification*. *Data reduction* merupakan pengolahan data berupa mentranskripsikan data dari rekaman wawancara atau merangkum hasil setiap sampel yang diwawancarai. Dalam proses reduksi data peneliti merangkum, mengambil data pokok, mengkategorikan data dan memilah data yang diperoleh sehingga data akhir dapat disesuaikan dengan rumusan masalah agar mudah dipahami. Selanjutnya, *data display*, data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat namun jelas yang bersifat naratif. Langkah terakhir dalam proses analisis data yaitu *conclusion drawing/verification*, kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara dan dapat berubah, sehingga dimungkinkan untuk pengambilan dan pengembangan data kembali agar dapat diperoleh data observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi yang sudah valid dan konsisten sebagai kesimpulan akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggemar *K-Pop* yang disatukan dalam sebuah *fandom* merupakan hasil dari sebuah identitas sebuah grup. *Fandom* menjadi representasi sebuah grup, menaungi kegiatan penggemar seperti membantu penggemar dalam mendapatkan informasi, melakukan dukungan kepada grup idola secara kolektif maupun kegiatan kolektif lainnya yang diinisiasikan oleh *fandom* itu sendiri. Namun keberagaman grup dan *fandom* dalam *K-Pop* tidak bisa dipungkiri akan menimbulkan berbagai dinamika aktivitas *fandom*. Ketika sebuah grup beradalam puncak popularitas jumlah penggemar akan semakin meningkat, grup tersebut akan semakin dikenal dan menjadi atensi publik, sehingga memungkinkan grup menjadi objek rumor atau berita yang dapat menarik atensi publik. Sebagian besar rumor atau berita dapat merugikan sebuah grup idola yang dapat memantik respon dari penggemarnya yang bersatu dalam sebuah *fandom*.

Dalam hasil penelitian ditemukan bahwa *fanwar* menjadi bagian dari konflik, dikarenakan *fanwar* menjadi salah satu bentuk budaya dalam *K-Pop*, *fanwar* menjadi salah satu bentuk budaya dalam *K-Pop*, *fanwar* dapat diartikan sebagai perkelahian atau perselisihan antar satu *fandom* dengan *fandom* lainnya, namun dalam temuan penelitian, *fanwar* dapat terjadi antar sesama anggota *fandom*. Dalam keterkaitan *fanwar* dengan teori konflik yang dikemukakan oleh Lewis A. Coser mengenai konflik realistik dan non realistik, *fanwar* dapat dikategorikan dalam keduanya.

Konflik Realistik dan Konflik Non-Realistik

1. Konflik Realistik dalam *Fanwar*.

Melihat adanya aturan dan kekhasan dalam budaya *K-Pop* mengenai identitas yang paten, orisinalitas; terhadap konsep grup, konsep *comeback*, video musik, lagu, identitas *fandom* (nama dan warna), serta beberapa identitas lainnya menunjukkan adanya sebuah nilai tertentu dalam budaya *K-Pop*. Selain itu terdapat capaian – capaian tertentu yang dapat diraih oleh sebuah grup *K-Pop* seperti mendapatkan jumlah penonton video musik di *Youtube*,

jumlah pendengar musik dalam *platform* musik, jumlah penjualan album dan penjualan tiket konser, jumlah pengikut dalam media sosial, dan pada tingkat tertinggi yaitu memenangkan sebuah penghargaan bergengsi. Hal – hal tersebut dapat dianggap sebagai tuntutan yang dapat memberikan pengaruh terhadap sebuah kelompok dalam masalah ini mampu mempengaruhi idol grup *K-Pop* dan *fandom*-nya Hal – hal dijadikan kompetisi antar idola di mana grup idola yang memperoleh pencapaian tertinggi adalah idola yang pantas menyanggah predikat idola terbaik.

Fanwar dapat disebabkan oleh hal – hal di atas, di mana ketika ciri khas sebuah grup idola mengalami plagiarisme, *fandom – fandom* yang mencoba untuk mengkomparasi pencapaian idola dalam jumlah penonton video musik, pendengar musik, penjualan album penjualan tiket konser, *fandom – fandom* yang merasa iri dengan sebuah grup idola yang memenangkan penghargaan bergengsi, dan rumor atau gosip yang tersebar mengenai seorang anggota grup idola. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lasriani (2018, hlm. 93) bahwa hal – hal tersebut dapat menjadi faktor penyebab terjadinya *fanwar*. Selain itu penelitian yang dilakukan Tinaliga (2018, hlm. 4) menyebutkan bahwa tindakan kompetisi dan perilaku kompetitif tersebut merupakan '*toxic competitive performativity*', di mana penggemar tidak lagi hanya mendukung idolanya, melainkan mereka ikut serta dalam merendahkan dan menyerang idola atau *fandom* lain.

Konflik realistik dapat dilihat dari bentuk ekspresi yang dilakukan oleh pihak yang berkonflik, pertama perasaan permusuhan (*hostile feeling*) yang muncul dari diri sendiri tanpa melibatkan orang lain. Dalam *fanwar* biasanya terdapat penggemar dari grup lain yang mengungkapkan kebenciannya pada sebuah grup idola terutama pada perorangan anggota grup tersebut, selain penggemar dari *fandom* lain terdapat juga *haters* yang sengaja berkomentar dan meluapkan rasa ketidaksukaannya, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fitria (2022, hlm 62) bahwa *fanwar* yang disebabkan oleh *haters* merupakan bentuk ungkapan kebencian, kemarahan dan mencoba untuk memancing respon pihak lawan, terlebih dalam media sosial *Instagram* penggemar maupun orang diluar penggemar dari artikel atau berita mengenai seorang idola atau grup idola dapat diakses secara bebas, mereka dapat memberikan komentar sesuai keinginannya. Bentuk komentar yang dilakukan oleh *fans* dari *fandom* lain maupun *haters* biasanya menggunakan bahasa yang agresif, mencela orang atau grup idola yang dituju, dan bentuk hinaan lainnya (Lapidot-Lefler & Barak, 2012, hlm. 437).

Untuk merespon perilaku orang diluar *fandom*, *haters* dan akan terjadinya perilaku permusuhan (*hostile behavior*), dimana konflik dilakukan karena adanya permusuhan antara satu orang dengan orang lain atau kelompok dengan kelompok lainnya. Dalam *fanwar* perasaan permusuhan muncul setelah penggemar melihat penggemar dari *fandom* lain atau *haters* memberikan komentar jahat terhadap idolanya, selain itu *fans* juga akan bertindak ketika ada rumor yang menyerang idolanya. Penggemar yang melihat komentar buruk mengenai idolanya akan balik menyerang pihak tersebut, tidak jarang penggemar juga mencoba untuk membela idolanya. *Fans* merasa dirinya pantas untuk membela idolanya di

saat idolanya direndahkan. *Fans* merasa bahwa membela idolanya adalah kontribusi terkecil yang bisa dilakukan.

2. Konflik Non realistik dalam *fanwar*

Konflik non realistik biasanya berupa bentuk pelepasan ketegangan sebuah pihak terhadap konflik, dalam konflik non realistik tidak berorientasi pada pencapaian tertentu. Dalam halnya *fanwar*, acap kali ada beberapa oknum yang menyebut idola lain dalam sebuah rumor yang terlibat pada salah satu idola yang sedang tertimpa skandal atau rumor, sehingga menjadikan idola tersebut perbandingan atau hanya sebagai kambing hitam bahwa ada idola lain juga yang secara tidak langsung sama buruknya atau seakan – akan idola tersebut terkait dengan rumor yang beredar. Penggemar juga cenderung melakukan *fanwar* sebagai ‘*stress relief*’ mereka terhadap kebencian yang diberikan *fandom* lain.

In-Group Conflict dan *Out-Group Conflict*

Selain dua bentuk konflik di atas, Coser pun membagi konflik berdasarkan dimana terjadinya konflik; konflik di dalam kelompok (*in-group conflict*) dan konflik dengan kelompok luar atau kelompok lain (*out-group conflict*):

- 1) **Konflik di dalam kelompok (*in-group conflict*)** yang terjadi dalam *fanwar* dapat dilakukan oleh sesama anggota *fandom*. Dalam hasil temuan penelitian, *fanwar* yang terjadi antar sesama anggota *fandom* berawal dari banyaknya fans baru yang masuk *fandom*, biasanya penggemar *K-Pop* akan menyebutnya dengan ‘*Baby* (nama *fandom*)’ dalam penelitian ini fans baru dalam *fandom* CARAT disebut sebagai ‘*Baby CARAT*’. Penggemar merasa fans baru memiliki keterbatasan informasi, pengetahuan dan tidak mengetahui budaya dari idolanya dan *fandom*-nya, sehingga sering menimbulkan kesalahpahaman dan berujung *fanwar*. Dalam beberapa kasus *fanwar*, ‘*Baby CARAT*’ tidak menerima candaan yang biasa ada dalam *fandom* dan menganggapnya sebagai hinaan atau sesuatu yang tidak pantas, tidak jarang pula fans baru merasa dirinya jauh lebih tahu mengenai idolanya dan sering menggurui anggota *fandom* yang lebih lama. Banyak fans baru yang membawa budaya *fandom* sebelumnya kedalam *fandom* barunya, seperti kebiasaan membanding – bandingkan antar anggota atau grup idolanya dengan idola lainnya. Serta banyak fans baru bergabung dengan *fandom* tapi hanya menyukai satu orang saja dalam grup idola tidak mengetahui keseluruhan grup, hal tersebut sudah biasa terjadi dalam *K-Pop*, biasa fans yang bergabung dalam semua *fandom* dan menyukai semua grup idola disebut sebagai ‘*fans multi fandom*’. Fans baru ini dapat dikategorikan sebagai musuh dari dalam apabila fans tersebut terus menerus memancing *fanwar* di dalam *fandom*, terlebih ‘*fans multi fandom*’ sering dipertanyakan loyalitasnya kepada *fandom* dan idolanya. *Fanwar* yang terjadi dalam *fandom* memunculkan kekhawatiran melebihi kemungkinan tindakan yang akan dilakukan oleh pihak musuh (*fandom* lain) terhadap internal *fandom* itu sendiri (Benard, 2012, hlm. 126). Bahkan Coser menganggap bahwa seorang yang menyesatkan jauh lebih mengancam dibandingkan seorang murtad (Coser, 1965, hlm 69 - 70). Dalam halnya *fandom*, fans yang sering memicu *fanwar* dan tidak berkontribusi lebih mengancam dibanding orang yang memang mengeluarkan dirinya dari *fandom*.

2) **Konflik dengan kelompok luar atau kelompok lain (*out-group conflict*)** dalam *fanwar* merupakan konflik yang sering terjadi, banyak penelitian sebelumnya yang lebih menyoroti *fanwar* antar *fandom*. *Fanwar* antar *fandom* biasanya disebabkan oleh berbagai faktor, terutama mengenai capaian sebuah grup. Beberapa *fandom* memiliki kecemburuan terhadap *fandom* lainnya apabila idolanya berhasil meraih suatu capaian, seperti mendapatkan jumlah penonton video musik, jumlah pendengar musik dan posisi *chart*, jumlah penjualan album dan tiket konser, serta memenangkan sebuah penghargaan bergengsi. Selain itu dalam hasil penelitian banyak ditemukan bahwa CARAT merasa *fandom* lain terlalu ikut campur dalam urusan di dalam *fandom*-nya, seperti ikut berkomentar di akun *fanpage* CARAT dan ikut berkomentar mengenai candaan yang hanya dimengerti oleh anggota *fandom*. Ataupun kesamaan konsep dalam *comeback* atau memiliki kesamaan konten dengan grup lain sehingga memunculkan isu plagiarisme. Beberapa *fanwar* yang dialami oleh CARAT biasanya sering dimulai oleh rasa iri dari *fandom* ARMY yang merupakan penggemar dari grup BTS. Di mana ARMY merasa bahwa BTS-lah yang pantas untuk mendapatkan peringkat pertama atau meraih penghargaan bergengsi. Ketika BTS sedang hiatus banyak pencapaian – pencapaian yang diraih oleh SEVENTEEN, hal tersebut yang membuat ARMY marah seakan – akan SEVENTEEN mengambil alih posisi BTS sebagai grup yang paling populer. CARAT merasa bahwa sudah sewajarnya ada regenerasi dalam K-Pop, tidak ada salahnya ketika grup yang berada dibawahnya atau grup junior menjadi berkembang dan mampu bersaing satu sama lain memenangkan penghargaan – penghargaan yang memang selayaknya mereka dapatkan. Penggemar yang merasa bahwa mereka sudah berkontribusi memberikan *voting* atau mengerahkan usaha lainnya untuk mendukung SEVENTEEN, merasa bahwa *fanwar* yang diakibatkan oleh rasa iri hanyalah sebuah kesia – siaan.

Coser mengungkapkan tingginya solidaritas anggota dalam suatu grup dapat meningkatkan partisipasi anggota dalam melakukan konflik dengan kelompok luar. Dalam hasil penelitian anggota *fandom* cenderung akan membela ketika ada yang menghina atau merendahkan *fandom* dan idolanya, namun ketika *fanwar* dirasa tidak akan menyelesaikan hal tersebut, maka beberapa anggota *fandom* dan admin *fanpage* lebih memperingatkan anggotanya untuk tidak terlibat *fanwar*.

Proporsi Proses Konflik

Apabila mengikuti proposisi proses konflik berdasarkan pemikiran Coser yang dirumuskan oleh Jonathan H. Turner (dalam Soekanto dan Lestari 1988, hlm. 91 – 101) terhadap *fanwar*, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Sebab Terjadinya *Fanwar*

Fanwar dapat terjadi di antara sesama anggota *fandom* dan antar *fandom* dengan *fandom* lain. *Fanwar* antara sesama anggota *fandom* disebabkan oleh kehadiran *fans* baru dalam sebuah *fandom*. *Fans* baru cenderung memiliki keterbatasan informasi, pengetahuan dan tidak mengetahui budaya dari idolanya dan *fandom*-nya, sehingga sering menimbulkan kesalahpahaman dan berujung *fanwar*. Serta *fans* baru terkadang

membawa kebiasaan dari *fandom* sebelumnya, dan mengaku sebagai '*fans multi fandom*'. *Fanwar* yang terjadi antar *fandom* disebabkan oleh kecemburuan terhadap *fandom* lainnya apabila idolanya berhasil meraih suatu capaian, seperti mendapatkan jumlah penonton video musik, jumlah pendengar musik dan posisi *chart*, jumlah penjualan album dan tiket konser, serta memenangkan sebuah penghargaan bergengsi, dan menyebut hal tersebut sebagai kompetisi dalam dunia *K-Pop*. Selain itu ada juga isu plagiarisme dan banyaknya *fandom* lain yang ikut campur dalam urusan suatu *fandom*.

2. Intensitas *Fanwar*

Fans merasa ketika lawan *fanwar* atau anggota *fandom* lain sudah menggunakan kata – kata kasar dan merendahkan idolanya maka *fans* akan cenderung menanggapi dan membalas komentar tersebut, namun *fans* mencoba untuk tidak tersulut emosi karena menurut *fans* apabila komentar kasar dibalas dengan komentar kasar akan memperkeruh suasana dan membuat lawan semakin terpancing untuk meneruskan *fanwar*.

Selain itu *fans* cenderung berperan sebagai pihak yang memberikan *fakta* mengenai kasus yang sedang diperdebatkan dalam *fanwar*. Namun tidak jarang *fanwar* akan semakin besar ketika banyaknya *fandom* lain yang terlibat dan membawa masalah lain dalam pembahasan.

3. Durasi atau Lamanya *Fanwar*

Beberapa *fanwar* terjadi ketika adanya rumor, skandal atau gosip mengenai anggota sebuah grup idola, akan banyak komentar yang diberikan oleh anggota *fandom*, *fandom* lain bahkan *haters*. Komentar – komentar yang diberikan cenderung merendahkan dan menghina idola terkait bahkan *fandom*-nya. *Fanwar* yang disebabkan oleh rumor, skandal atau gosip ini akan cenderung berakhir ketika pihak agensi idola terkait mengunggah pernyataan atau klarifikasi resmi mengenai rumor yang beredar, selain itu idola terkait biasa akan menulis permintaan maaf atau klarifikasi di akun *Instagram* pribadinya.

4. Fungsi *Fanwar* dan manfaat *Fanwar*

Dalam hasil penelitian, beberapa penggemar mengungkapkan ada beberapa *fanwar* yang dialaminya dengan *fandom* tertentu. Anggota *fandom* tersebut cenderung sering berkomentar dalam beberapa rumor atau gosip yang dialami oleh anggota grup *SEVENTEEN* dalam beberapa kasus *fanwar* anggota *fandom* tersebut sering menyebutkan nama anggota grup *SEVENTEEN* yang di mana anggota *SEVENTEEN* tidak terlibat dalam sebuah masalah. Dan ada masa di mana *CARAT* merasa tahun 2020 sampai tahun 2022 menjadi tahun sering terjadinya konflik terutama dengan *fandom* tersebut. Dari melihatnya ada *fandom* tertentu yang selalu terlibat *fanwar* dengan *fandom* *CARAT*, dapat disimpulkan bahwa *fanwar* dapat mempertegas musuh bersama bagi *fandom* *CARAT* dalam beberapa *fanwar* musuh tersebut merupakan *fandom* *ARMY*. Namun selain *fandom* tersebut banyak juga *haters* yang dengan sengaja memperkeruh suasana. *CARAT* juga merasa tidak etis menjeneralis *fandom* *ARMY* sebagai penyebab dari beberapa *fanwar* yang terjadi.

Selain itu *fanwar* yang terjadi antar sesama anggota *fandom* dapat memberikan penyesuaian ulang norma atau aturan yang diberlakukan *fandom* terutama dalam *fanpage* yang menaungi anggota *fandom*, seperti memberikan *caption* dalam unggahannya untuk tidak melakukan *fanwar*, tidak membawa atau membahas masalah yang belum jelas dalam grup chat dan menegur anggota yang melakukan dan memancing *fanwar*. Serta *fans* merasa setelah terjadinya *fanwar* menjadi lebih bisa mengontrol emosi, lebih bijak dalam menanggapi suatu rumor dan berkomentar di media sosial.

Dalam beberapa kasus *fanwar* yang terjadi di *Instagram*, sebagian besar *fanwar* berawal dari media sosial *Twitter* atau *X*, dan beberapa *fanwar* terjadi dalam kolom komentar yang memberitakan mengenai skandal, rumor atau unggahan yang menjadi penyebab terjadinya *fanwar*. *Fanwar* menjadi besar ketika skandal atau rumor yang menjadi penyebab terjadinya *fanwar* diberitakan oleh banyak pihak dan ditemukan berbagai 'bukti', baik bukti yang mencoba untuk membenarkan rumor tersebut maupun bukti yang mencoba untuk menampik rumor tersebut. *Fans* dapat terpecah belah, akan ada *fans* yang mempercayai rumor maupun sebaliknya, selain itu penggemar atau *fandom* lain dan haters yang ikut berkomentar atau terlibat dalam *fanwar* akan semakin memperkeruh suasana, dalam beberapa kasus *fanwar*, ada beberapa *fandom* lain dan haters yang sengaja melibatkan idola lain dalam menanggapi komentar dalam sebuah *fanwar*. Namun berbagai usaha dilakukan oleh penggemar untuk meredam, meminimalisir dan mengurangi terjadinya konflik.

Penyelesaian atau Resolusi Konflik

Sulit untuk merumuskan bentuk strategi konflik dari *fanwar* terutama dalam hasil penelitian ini, karena beberapa *fanwar* terjadi tidak dilakukan oleh CARAT dan lawan yang merupakan *fandom* tertentu. Namun ada beberapa *fanwar* yang dialami oleh CARAT diprovokasi dan melawan *fandom* ARMY. *Fandom* CARAT sendiri tidak pernah menggeneralisasi keseluruhan anggota *fandom* ARMY sebagai penyebab terjadinya *fanwar*, untuk meminimalisir *labelling fandom toxic* kepada suatu *fandom*. Namun jika memang *fanwar* tersebut diprovokasi dan dilakukan oleh *fandom* ARMY dalam beberapa *fanwar* yang pernah terjadi ketika *Pledis* (agensi yang menaungi *SEVENTEEN*) diakuisisi oleh *HYBE LABEL* yang memunculkan reaksi ketidaksukaan dari ARMY, permasalahan klaim grup terbaik, ARMY yang merasa *SEVENTEEN* tidak pantas mendapatkan penghargaan dan lain sebagainya.

Fandom CARAT mencoba untuk mencari tahu penyebab terjadinya konflik dan beberapa individu penggemar mencoba untuk berkomunikasi kepada pihak lawan atau anggota *fandom* ARMY yang terlibat dalam *fanwar*, tidak ada diskusi resmi yang dilakukan oleh kedua belah pihak untuk mencoba menyelesaikan *fanwar*, karena dalam budaya K-Pop sendiri tidak ada perwakilan resmi (struktur) dalam sebuah *fandom*, kecuali *fanbase* yang disatukan berdasarkan domisili. Sehingga penyelesaian *fanwar* tidak pernah benar – benar terselesaikan dengan strategi resolusi konflik yang paten, melainkan akan mereda dengan sendirinya ketika hal yang dibahas dalam *fanwar* sudah tidak menarik atau rumor yang diributkan sudah dikonfirmasi oleh agensi terkait.

Selain itu sulit untuk menentukan pihak ketiga yang mampu menyelesaikan *fanwar*. Pihak – pihak yang melakukan *fanwar* biasanya akan memberikan perwakilan secara tidak resmi, biasanya hanya mewakili dirinya sendiri sebagai *fandom* terkait berupa permintaan maaf kepada *fandom* yang dimaksud dalam *fanwar* berbentuk ucapan atau kalimat “*saya sebagai (nama fandom) minta maaf ke fandom (nama fandom) karna ada anggota fandom kita yang bikin ribut dan cuma bikin malu aja*”. Proses tersebut dapat merupakan bentuk negosiasi, namun tidak terlihat bentuk kesepakatan dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh kedua belah pihak, karena *fanwar* mereda dan akan terjadi.

Namun dalam hasil observasi dan wawancara didapati beberapa cara yang dilakukan oleh admin *fanpage* maupun *fans* dalam meminimalisir dan menghadapi *fanwar*. Dalam temuan penelitian, beberapa *fanpage* yang menyematkan simbol atau peringatan tidak melakukan *fanwar* dalam profil *bio* atau dalam akhir *caption* sebuah unggahan dengan menggunakan simbol tertentu, dan selama terjadi *fanwar* biasanya *fanpage* membuat *story* sebagai pengingat. Puncaknya admin *fanbase* cenderung memberikan peringatan kepada orang yang memberikan komentar negatif atau menyeret pada *fanwar*, dan akan menghapus komentar terkait. Ketika kolom komentar sudah dipenuhi oleh komentar negatif dan sudah terindikasi terjadinya *fanwar*, admin akan membatasi kolom komentar, jika masih kurang efektif admin akan menutup kolom komentar atau bahkan melakukan *take down* atau menurunkan dan menghapus unggahan konten terkait.



Sumber:(tangkapan layar)

Gambar 1 Peringatan *fanwar* dalam Caption

Sumber: tangkapan layar



Gambar 2 Unggahan Carat Gallery/Svt17_forlife sebagai peringatan menghindari *fanwar*

Selain itu ada *fanbase* yang mengutip perkataan idola dalam penelitian ini mengutip perkataan anggota grup *SEVENTEEN* yang bernama *Seungkwan* sebagai pengingat kepada *CARAT* untuk mencintai dan menghargai idolanya dan idola lain agar *CARAT* terhindar dari hal yang tidak diinginkan, dan dia menginginkan agar sesama *CARAT* saling akur maupun dengan *fandom* lain. Selain itu *fanbase* yang memiliki grup *chat*, memiliki aturan tersendiri dengan tidak boleh membawa masalah dari media sosial lain ke dalam grup *chat*, tidak membahas gosip yang belum jelas dan tidak boleh membahas *fanwar*. Apabila terdapat anggota yang melanggar maka akan diberikan peringatan.

Menurut analisis Crawford dan Bodine (1996, hlm. 8 – 10) terdapat 3 bentuk respon dan resolusi konflik yang dapat dilakukan seseorang;

- 1) *Soft Respons* atau respon lembut. Beberapa penggemar cenderung menarik diri (*withdrawal*) dan menentang (*contanding*), penggemar biasanya membiarkan *fanwar* yang terjadi tidak melibatkan dirinya pada *fanwar* tersebut, ada juga penggemar yang memang merasa *fanwar* hanya membuang – buang waktunya, rumor – rumor yang beredar jangan dulu dipermasalahkan karena belum ada konfirmasi resmi dari agensi artis terkait. Selain itu penggemar merasa apabila mereka menanggapi lawan *fanwar*-nya mereka hanya akan semakin terpancing emosinya dan membuat lawan semakin senang melihat respon penggemar yang diserangnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Etikasari (2018, hlm. 69 – 114) bahwa sulit untuk menghindari *fanwar* yang disebabkan hal sepele, maka dibutuhkan kontrol diri yang kuat dari seorang penggemar dan *fandom*, lebih baik terlibat atau menarik diri dari *fanwar*.
- 2) *Hard Respons* atau Respon Keras. Penggemar terutama anggota *fandom CARAT* dalam penelitian ini tidak jarang juga menanggapi komentar – komentar negatif yang dialamatkan kepada idolanya *SEVENTEEN* atau kepada *fandom CARAT* itu sendiri. Penggemar mengamati tujuan atau isi komentar dari pihak lawan, apabila perkataannya sudah keterlaluan dan berbahasa kasar penggemar cenderung membalasnya dengan kemarahan atau setidaknya memberikan pembenaran atas komentar yang dilayangkan pihak lawan sebagai bentuk konfrontasi. Sejalan dengan penelitian Meinawati, dkk., (2021, hlm. 59), apabila hal di atas tidak menyelesaikan *fanwar*, penggemar cenderung melakukan *block* dan *report* terhadap akun – akun yang dicurigai sebagai akun – akun anonim atau akun provokator. *Block* dan *report* adalah cara termudah yang dapat dilakukan oleh penggemar ketika melihat akun yang mencurigakan, terutama jika penggemar melakukan *block* dan *report* secara masal, maka akun tersebut akan dibekukan. Terlebih penggemar merasa apabila *fandom* selalu terlibat dalam *fanwar* akan memberikan citra buruk dan dicap sebagai *fandom toxic* oleh *fandom* lain.
- 3) *Principled Responses* atau Respon Berprinsip. Dalam beberapa *fanwar* yang dialami oleh *CARAT*, penggemar cenderung mengingatkan teman sesama *fandom*-nya untuk lebih bijak dalam menanggapi komentar jahat yang dilayangkan oleh *fandom* lain atau *haters* terhadap idolanya *SEVENTEEN* atau mereka sendiri sebagai *fandom*. Selain itu itu juga respon berprinsip yang lebih bijak ini berlaku apabila terjadi *fanwar* di antara anggota

fandom, karena apabila hanya berbeda perspektif atau ketidaktahuan penggemar baru, penggemar lama dapat memberitahu hal – hal yang belum diketahui oleh penggemar baru. Beberapa responden mengingatkan teman – temannya untuk tidak tersulut emosi saat menghadapi *fanwar*, beberapa responden mengajak pihak lawan untuk berdiskusi di kolom komentar atau langsung mengirimkan *direct message* kepada orang terkait, agar masalah yang diributkan dalam *fanwar* selesai dengan memberikan fakta dan pengetahuan kepada pihak lawan. Namun tidak semua cara ini ditanggapi dan direspon baik oleh pihak lawan. Banyak diantaranya hanya menambah debat dan pihak lawan memberikan pembenaran lainnya.

Namun respon – respon terhadap *fanwar* tersebut tidak bisa dijadikan indikator terselesainya *fanwar*, dalam hasil penelitian *fanwar* cenderung akan mereda ketika agensi artis atau idola yang terkena skandal atau rumor memberikan konfirmasi resmi, serta idola terkait mengunggah permintaan maaf di akun media sosialnya terutama di *Instagram*. Dan *fanwar* akan terjadi kembali ketika hal – hal yang menyebabkan *fanwar* mencuat kembali, seperti rumor, gosip, isu plagiarisme, maupun persaingan antar idola atau antar *fandom*. Dari temuan di atas dapat dilihat bahwa dibutuhkan kemampuan mengelola emosi, komunikasi dan kemampuan membaca situasi atau persepsi yang baik terhadap *fanwar* dapat menjadi salah satu cara meminimalisir dan menyelesaikan konflik. Sejalan dengan pemikiran Crawford dan Bodine (1996, hlm. 11 – 12) mengenai keterampilan seseorang dalam menghadapi konflik dapat menjadi faktor paling dasar yang harus dimiliki oleh seseorang. Keterlibatan orang – orang yang dapat dipercaya seperti admin *fanpage* atau penggemar yang sudah lama berada di dalam *fandom* merupakan sebuah agen penting dalam meminimalisir *fanwar*.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa *fanwar* merupakan bentuk konflik dalam budaya *K-Pop*. Penggemar yang melakukan *fanwar* disebabkan oleh berbagai macam hal yang memancing sifat agresif mereka terhadap idola dan *fandom* lain. *Fanwar* yang dialami oleh *CARAT* terjadi di dalam *fandom*-nya sendiri dan juga *fanwar* terjadi dengan *fandom* lainnya. Namun *fanwar* dapat memberikan penegasan lawan yang jelas dalam sebuah *fandom*. *Fanwar* dapat berdampak pada kehidupan penggemar dalam bersosialisasi dengan teman di sekitarnya. Penggemar juga mencoba melakukan berbagai tindakan dalam mengurangi dan meminimalisir *fanwar* baik dari diri sendiri maupun dari *fandom*-nya itu sendiri. *Fanwar* dalam budaya *K-Pop* adalah fenomena kompleks yang terjadi antara *fandom* - *fandom* yang bersaing dalam mendukung grup idola mereka. Ini dipicu oleh persaingan untuk mencapai popularitas, penyebaran rumor, dan perbandingan antar grup. Konflik ini dapat dilihat dari dua perspektif: konflik realistis, yang fokus pada pencapaian seperti penjualan album dan penghargaan dan lain – lain, serta konflik non realistis, yang muncul karena ketegangan atau permusuhan tanpa tujuan tertentu. *Fanwar* juga terjadi di dalam kelompok *fandom* sendiri, antara penggemar yang memiliki persepsi berbeda atau sebagai respons terhadap *fans* baru yang belum akrab dengan budaya dan aturan internal *fandom*. Media sosial menjadi platform

utama bagi *fanwar* ini, dengan komentar agresif dan provokatif yang sering memperburuk situasi. Beberapa penggemar melihat *fanwar* sebagai pembelaan terhadap idolanya, tetapi mayoritas responden dari penelitian menilai *fanwar* tidak memberikan dampak positif yang signifikan. *Fanwar* dianggap sebagai pemborosan waktu dan energi yang seharusnya dialokasikan untuk dukungan positif terhadap idola masing - masing. Secara keseluruhan, *fanwar* dalam budaya *K-Pop* mencerminkan dinamika kompleks antara antusiasme penggemar, persaingan antar grup, dan pengaruh media sosial yang memperbesar konflik yang sebenarnya dapat dihindari. Penelitian ini dapat memberikan sudut pandang baru dari sebuah fenomena *fanwar* dalam sudut pandang sosiologi berupa analisis teori konflik, diharapkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah baru dalam menambah pengetahuan dan materi pembelajaran dalam Mata Pelajaran Sosiologi pada kelas 11 sub materi Konflik pada KD 3.4. terutama pembelajaran mengenai konflik yang terjadi di dunia modern dan media sosial. Serta dapat menjadi pembelajaran bagi siswa dalam menghadapi *cyberbullying* dan menjadi pengetahuan tambahan dalam meminimalisir, menghindari dan menghadapi konflik yang terjadi di media sosial dan dampak – dampak lainnya yang diberikannya. Serta rekomendasi bagi peneliti selanjutnya dapat menganalisis lebih jauh mengenai berbagai fenomena sub-kultur yang ada di media sosial maupun di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnensia, N. P. (2019). *Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram*. Diakses melalui http://repository.unair.ac.id/87304/5/Jurnal_Natazha%20Putri%20Agnensia_071511533028.pdf
- Aisyah, A., Zainudin, I. S., & Yoan, R. S. (2019). *Social Media Translation Action: Translation Activities by K-Pop Fans on Twitter*. *International Journal of Virtual and Personal Learning Environments*, 9(2), 2–54. doi:10.4018/ijvple.2019070103
- Benard, S. (2012). *Cohesion from Conflict: Does Intergroup Conflict Motivate Intragroup Norm Enforcement and Support for Centralized Leadership*. *Social Psychology Quarterly*, 75(2), 107–130. doi:10.1177/0190272512442397
- Coser, A. L. (1965). *The Functions of Social Conflict*. New York: The Free Press.
- Crawford, D.K. & Bodine, R. J. (1996). *Conflict Resolution Education: A Guide to Implementing Programs in Schools*, Dalam (US Department of Justice and US Department of Education.) Youth-Serving Organizations, and Community and Juvenile Justice Settings. Amerika Serikat
- Danial, E. & Nanan, W. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
- Fitria, K. (2022). *Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram*. *Jurnal Kopis Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*. 4(2):58-73. DOI:10.33367/kpi.v4i2.1945

- Gooch, B. (2008). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*. (Thesis). Georgia Institute of Technology, Amerika Serikat.
- Jeong, Howon (2000). *Peace And Conflict Studies an Introduction*. Amerika Serikat: Ashgate Publishing
- Krauss, R.M. (2006). "Communication and Conflict". Dalam (Peter T. Coleman, Morton Deutsch, Eric C. Marcus). *The Handbook of Conflict Resolution Theory and Practice* Second Edition. (Chapter seven: 229). San Francisco: Jessey-Bass A Wiley Brand
- Kusnul, Fitria. (2022). *Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram*. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*. 4(2), 58 - 73
- Lastriani. (2018). *Fanwar: Perang antar Fans Idol K-Pop di Media Sosial*. 1(1), 87-100. Diakses melalui <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/87304>
- Moleong, L. (2006). *Metode Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasution. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugraini, E. (2016). *Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus terhadap EXO-L)*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Nuranisa, C. (2015). *Pembentukan Identitas Penggemar Melalui Media Baru (Studi Pada Remaja Penggemar Boyband K-Pop 2PM)*. *CommLine*, 6(2), 177–196. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/612>
- Purba, R., & Solekhah, N. (2019). *Kesetiakawanan Fans K-Pop di Era Digital*. 43(2), 187-194. Diakses melalui <http://ejournal.kemensos.go.id/index.php/mediainformasi/article/view/2149>
- Septria, Dinda. (27 Februari 2020). "Apakah fandom Seventeen Carat benar-benar terbaik dan paling damai? Bagaimana mereka bisa sedamai itu?". Diakses dari (<https://id.quora.com/Apakah-fandom-Seventeen-Carat-benar-benar-terbaik-dan-paling-damai-Bagaimana-mereka-bisa-sedamai-itu>). Diakses pada Januari 2022.
- Soekanto, S. & Lestari, R. (1988). *Fungsionalisme dan Teori Konflik dalam Perkembangan Sosiologi*. Jakarta: Sinar Grafika
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tinaliga, Brittany. (2018). "At War for OPPA and Identity": *Competitive Performativity among Korean-Pop Fandoms*". Dalam Master's Projects and Capstones. (hlm.768). University of San Francisco. Diakses melalui <https://repository.usfca.edu/capstone/768>
- Vika, Azkiya. (26 Juli 2022). *Survei: 88,3% Fandom K-Pop Gunakan Instagram untuk Saling Berinteraksi*. Diakses dari (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/survei-883-fandom-k-pop-gunakan-instagram-untuk-saling-berinteraksi>). Diakses pada Juli 2022